

**Противостояние кланов М. Юревича и Ф. Вяткина
как пример информационной войны**

Современный политический процесс характеризуется расширяющимся участием общественности в сфере массовой коммуникации. Этому способствуют тенденции глобализации информационных потоков. На фоне повсеместной информатизации общества и развития Интернета, конфликты перемещаются из традиционного физического пространства в кибернетическое, что свидетельствует об актуальности направлений исследований, посвященных проблематике информационных войн.

Наряду с положительными аспектами обнаруживаются негативные проявления манипуляции коллективным сознанием. Прежде всего, это относится к сфере информационной безопасности. Немаловажным представляется изучение информационных угроз в сфере региональной локации. Среди них можно выделить слабый контроль общества над публичной властью, постоянные конфликты правящей политической элиты, массовые политические манипуляции в СМИ.

Было проведено исследование новостных сообщений в период с сентября 2012 г. по март 2013 г. на интернет-сайтах Челябинской области. Для анализа было отобрано более 30 медиа-ресурсов с самыми высокими индексами популярности в выбранной локации.

Анализ показал существование информационного противоборства в сети между кланом М. В. Юревича и Ф. М. Вяткина. Это доказывает, прежде всего, наличие противоположных точек зрения в интернете на сложившуюся конфликтную ситуацию между губернатором и председателем суда. Тот факт, что в анализируемый период времени информация стала подаваться то в негативном контексте про обе стороны конфликта, то в контексте навязывания положительного образа, свидетельствует о том, что между соперничающими сторонами ведется целенаправленная информационная война (ИБ).

Приведенную точку зрения разделяет Ю. Королев, предлагающий рассматривать информационное противоборство применительно к региональному политическому процессу. Согласно автору, причина информационного противостояния связана с приращением властного капитала или защитой собственных интересов. Каналами реализации указанных стратегий становятся масс-медиа, а к политическим субъектам причисляются как отдельные социальные группы – элиты региона и федерального центра, аудитории соответствующих СМИ, так и массовый социальный субъект – население региона в целом [1: 125].

Следует отметить, что в структуру информационного противостояния кланов в Челябинской области входят два субъекта, под которыми подразумеваются

нападающие стороны информационного противоборства, преследующие в информационно-психологическом пространстве каждая свои интересы: нанесение ущерба имиджу оппонента, подрыв его авторитета, распределение ресурсов и властных полномочий. Виртуальные коалиции, медиа-корпорации, средства массовой информации и массовой коммуникации, отдельные информационно-пропагандистские структуры одновременно являются субъектом и объектом информационного воздействия.

Самыми провокационными сайтами оказались «Uraldaily.ru» и «Chelindustry.ru». На «Uraldaily.ru» обнаружено множество материалов, касающихся данного конфликта, причем все публикации носят ярко выраженный настрой против М. Юревича. Авторами используются следующие лексические единицы негативного содержания для создания отрицательного образа губернатора: «против Вяткина», «против областного суда», «информационная атака на челябинский суд», «критика челябинского областного суда», «клевета», «травля ЧОС», «верная губернаторская «думка», «инициатор ИВ», «бизнес-интересы челябинского губернатора», «желание отомстить своим политическим оппонентам», «Гранада-пресс «мочит областной суд», «исполнительная власть нападает на суд», «подконтрольные губернатору СМИ», «заказчик ИВ», «губернаторские медиа-псы», «атаки олигархии».

Похожая политика наблюдается на «Chelindustry.ru»: разоблачение Юревича, снижение рейтинга и доверия к губернатору. Во всех материалах негативно преподносится деятельность губернатора и его приближенных. В данном интернет-ресурсе используются следующие приемы и лексические единицы для воздействия на мнения людей: «клевета против областного суда», «опорочить имя Вяткина», «оказать давление на принимаемые областным судом решения», «аферы чиновников из команды Михаила Юревича», «прогубернаторские СМИ», «несостоятельность в управлении регионом областных властей во главе с губернатором Михаилом Юревичем» (метеорит), «перед Юревичем закрылись двери московских кабинетов», «занял предпоследнее место», «дискредитирует курс президента», «арест шофера и советника Юревича», «проделки команды М. Юревича», «заведомо ложно освещают деятельность судов», «коррупционность местных чиновников», «криминальная модель управления регионом», «бесполезные заграничные и поездки по региону», «не выполняет указания президента», «негативные события в регионе», «конфликтность Юревича».

Односторонняя подача материала, непроверенные факты, слухи, гиперболизация и другие приемы манипулирования общественным сознанием подтверждают тот факт, что данные интернет-ресурсы занимают позицию клана Ф. Вяткина, который, скорее всего, и является заказчиком целенаправленного информационного воздействия в определенных СМИ с целью достижения властного доминирования.

На «Kasparov.py», «Chelyabinsk.ru» (74. ru), «Аргументы и факты – Челябинск», «Chelyabinsk-times.ru», «Деловой квартал – Челябинск», «Клуб регионов», «Правда УРФО», «ФедералПресс» конфликт получил широкую огласку, но ресурсы соблюдают нейтралитет относительно сторон конфликта и не дают собственных

оценок и комментариев событиям. Тот факт, что на некоторых сайтах прослеживается два полярных мнения, может свидетельствовать о политической независимости данных ресурсов и тенденции к объективной подаче материала.

Интересные материалы продемонстрировали сайты «Доступ», «ЛентаЧел», «Новый Регион», «УралПрессИнформ», «УралБизнесКонсалтинг», «Челябинский рабочий», «Mediazavod.ru», «Newsmiass.ru», «ЧелНовости.Ру», «Озерский вестник», «ИА. Актуально», «Магнитогорский металл». Удивительно, что на данных ресурсах почти не содержится информация о самом громком политическом конфликте округа за последние месяцы. Кандидатура губернатора упоминается в положительном контексте с использованием следующих категорий: «обратился», «поздравил», «посетил», «обозначил», «выступит», «оценил», «поблагодарил», «примет участие», «состоится визит», «дал поручение», «выразил доверие», «разъяснил», «поблагодарил», «сообщил», «встретился», «поставил задачу», «напомнил», «подписал». Методов, способствующих формированию отрицательного имиджа Ф.Вяткина не прослеживается. Однако авторы, публикующиеся на представленных ресурсах, прибегают к цитатам политологов и фрагментации информационного потока.

Сайт «Полиг74», например, также поддерживает кандидатуру губернатора, а кандидатура Ф. Вяткина упоминается во всех публикациях с отрицательным подтекстом. Используются следующие категории: «кто хочет сместить губернатора», «надо отстранить Вяткина от должности», «правомочность деятельности ФСБ под сомнением», «личные интересы федеральных служб», «силовики подорвали свой авторитет», «наглость Вяткина», «продажные судьи», «силовики объявили войну Юревичу», «кто «кошмарит Юревича»».

Похожую позицию занимает информационно-аналитический портал «Челябинск Сегодня». Конфликтная ситуация имеет широкий резонанс на данном сайте. Позиция ресурса сводится к неправомотности действий Ф. Вяткина и поддержке М. Юревича. Из лексических единиц, несущих отрицательные характеристики, можно выделить: «якобы оклеветанный», «неправомотные обыски», «не имел право», «выгода силовиков».

Следует отметить, что все издания «Гранада-пресс»: «Южноуральская панорама», «Аргументы недели», «Миасский рабочий», «Губерния», «Челябинск Сегодня», отличаются схожими позициями, склонными к поддержке деятельности губернатора. Например, газета «Вечерний Челябинск» использует следующие лексические обороты: «мобилизация силовиков», «якобы клевета», «диктатура силовиков», «попытка удержаться на своей должности», «кто хочет сместить губернатора».

«Ура.ру» и «Знаком» также демонстрируют поддержку М. Юревича: «нет оснований на обыск», «Вяткин потеряет свое место», «назначение Вяткина отложено».

Таким образом, рассмотренные интернет-ресурсы отличаются не только своей направленностью, но и стратегией. Некоторые сайты ведут наступательную тактику,

заведомо искажают информацию и используют конгломерат черных технологий и приемов, в то время как другие источники пользуются оборонительной техникой и прибегают лишь к цитатам политологов, фрагментации информационного потока и сенсационной подаче материала.

Из используемых технологий чаще всего встречаются слухи, гиперболизация, преподнесение «полуправды», персонализация, выборочное абстрагирование, произвольные умозаключения, навешивание ярлыков, заключающееся в выборе оскорбительных эпитетов, метафор и прочих лексических единиц для обозначения оппонента с целью опорочить честь или достоинство личности, создать негативный имидж, ссылка на авторитеты, фрагментация информационного потока, сенсационная подача материала, использование мифов и стереотипов.

Следует подчеркнуть, что данное противоборство обладает рядом специфических характеристик и особенностей. Внимания заслуживает сложная структура информационной войны, с множеством участников и заинтересованных лиц. Вследствие субъектно-объектной инверсии она включала в себя наступательную и оборонительную формы. Учитывая сложный характер и частую смену субъектов, объектов, участников конфликта, ее следует отнести, скорее, к авантюристической, чем рациональной.

По уровню действия данная информационная война является внутри страновой, так как ведется внутри одного государства и для конфигурации политических сил в регионе. Межрегиональной ее назвать нельзя, потому что конфликт не был связан ни с одним другим регионом страны. Однако конфликт вышел за рамки регионального, и объектом его воздействия стали федеральная власть и федеральные СМИ, оказывающие влияние на все население страны.

По количеству задействованных участников данное противоборство также не может быть отнесено к одной категории, так как включает в себя информационные воздействия против отдельной личности для нанесения ущерба имиджу, так и корпоративные информационные воздействия между целыми группировками, кланами.

Учитывая сферы общественной жизни, данная информационная война протекала на стыке политической и финансово-экономической сфер. По классификации М. Либки, эта информационная война включает в себя психологическую составляющую (пропагандистские методы, управление массовым сознанием), экономическую составляющую и разведывательную, предполагающую сбор информации о системах контрагента.

Следует подчеркнуть, что не существует однозначной точки зрения на то, как повлияла информационная война и вся конфликтная ситуация в целом на имидж оппонентов и расстановку сил в регионе. Одни источники утверждают, что Юревич остался без своей команды, скоро ему найдут преемника, отмечают его резко отрицательный имидж, а его оппонент сохранит пост главы областного суда. Другие, напротив, придерживаются мнения, что рейтинг губернатора продолжает быть высоким: 50% населения по-прежнему доверяет М. Юревичу, и соперников,

претендующих на его место, в ближайшем будущем не предвидится. Но то, что ИВ продолжают играть огромную роль в борьбе за удержание ресурсов и властных полномочий, является неоспоримым фактом.

Библиография:

Королев Ю. А. Информационное противоборство в региональной политике как угроза безопасности // Известия Саратовского университета. 2009. № 3.

Новикова Ольга, Павлович Олег
*Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

Включённое наблюдение: социологический метод в журналистской практике

Осознание необходимости уникальной творческой самореализации в условиях современной журналистики поставило перед средствами массовой информации задачу поиска новых, креативных форм коммуникации с целевой аудиторией. Данная парадигма в свою очередь накладывает на журналистов требование нестандартной работы с социальной проблематикой подготавливаемых материалов, а также принципиального изменения сложившихся с годами профессиональных подходов к сбору и обработке информации.

Новая журналистика активно вторгается в сферу межнаучного пространства. Результатом такого взаимодействия является использование в медиапрактике инструментов из арсенала социологии. По мнению Е. Богата, выигрывает от этого сближения в первую очередь сама публицистика, становясь всё менее дилетантской в попытках исследовать жизнь современного общества [1: 22].

Исторический анализ констатирует эффективное сотрудничество журналистики и социологии как в практической, так и в академической сферах. Ещё в 1970-х годах Л. Кропотков писал, что публицистическое творчество явилось своеобразным «окном», через которое влияние социологии стало распространяться на различные стороны журналистской деятельности [2: 2].

В данной связи мы можем говорить о научных исследованиях М. Вебера, Н. Добролюбова, Д. Макквейла, Т. Парсона и более современных – Г. Гарфинкеля, Б.Грушина, Т. Науменко, Л. Федотовой, Б.Фирсова, В. Ядова и др.

Одной из наиболее популярных точек соприкосновения журналистики и социологии в практической сфере является использование журналистами социологического метода включённого наблюдения, который считается одним из самых эффективным в понимании механизмов социального взаимодействия.